Apabila terdapat ketidaksesuaian atau konflik antara dokumen ini dan versi bahasa Inggris/Tionghoa, maka versi bahasa Inggris/Tionghoa yang akan berlaku.

PIAGAM PERLAKUAN YANG ADIL BAGI NASABAH

Keyakinan dan kepercayaan nasabah adalah sangat penting bagi keberlanjutan perkembangan bank, yang pada gilirannya akan meningkatkan stabilitas perbankan dan membantu memperkuat posisi Hong Kong sebagai pusat keuangan internasional utama Asia. Untuk memperoleh dan mempertahankan keyakinan dan kepercayaan nasabah, bank harus memperlakukan nasabah secara adil di semua tahap hubungan mereka dengan bank.

Piagam Perlakuan yang Adil bagi Nasabah (Piagam), yang telah mengambil praktik-praktik perbankan yang baik di dalam dan luar negeri serta dari Prinsip-prinsip Tingkat Tinggi G20 tentang Perlindungan Konsumen Keuangan, adalah komitmen oleh bank-bank di Hong Kong untuk mendukung dan menerapkan prinsip perlakuan yang adil bagi nasabah. Piagam ini terutama ditujukan bagi konsumen retail dan dirancang untuk melengkapi, bukan mengganti, hukum dan peraturan yang berlaku atau syarat dan ketentuan yang sudah ada antara bank dan nasabahnya.

Prinsip-prinsip

Penanda tangan Piagam ini berjanji untuk mendukung dan menerapkan prinsip-prinsip berikut[1]:

1. Layanan dan produk perbankan harus dirancang untuk memenuhi kebutuhan nasabah. Bank harus menilai kemampuan dan kebutuhan keuangan nasabah sebelum menawari mereka layanan, saran atau produk. Pemberian saran atau penjualan produk keuangan harus mempertimbangkan kepentingan nasabah, dengan memperhatikan profil mereka serta kompleksitas layanan atau produk perbankan bersangkutan.

2. Bank harus menyajikan dan menjelaskan secara jelas fitur utama, risiko dan ketentuan produk, termasuk semua biaya, komisi atau tarif yang berlaku bagi nasabah. Nasabah harus diberikan informasi yang tepat sebelum, selama atau

[1] Piagam ini menyajikan prinsip-prinsip tingkat tinggi, sedangkan pembahasan lebih lanjut akan diselenggarakan antara bank dan Hong Kong Monetary Authority mengenai penerbitan beberapa contoh umum untuk mendukung penerapan prinsip-prinsip tersebut.

setelah titik penjualan.

3. Semua materi dan informasi promosi yang dirancang untuk nasabah harus akurat dan dapat dipahami. Pernyataan atau praktik pemasaran yang menyesatkan harus dihindari.

4. Bank harus menyediakan saluran yang wajar bagi nasabah untuk mengajukan klaim, membuat pengaduan dan mengupayakan ganti rugi, dan tidak boleh memberikan hambatan yang tidak wajar bagi nasabah yang ingin berganti bank.

5. Bank di Hong Kong yang terlibat dalam pasar retail massal harus menyediakan akses yang wajar ke layanan perbankan dasar bagi anggota masyarakat, dengan memberikan perhatian khusus pada kebutuhan kelompok yang rentan. Mengetahui bahwa nasabah juga memiliki tanggung jawabnya, bank harus bekerja sama dengan pemerintah, badan regulatif dan pemangku kepentingan lainnya dalam pendidikan keuangan untuk mendorong literasi keuangan.